

**KETERTARIKAN MAHASISWA DALAM MENGAKSES INFORMASI
ONDERDIL KENDARAAN DI OLX (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Yogyakarta Angkatan 2013)**

ABSTRAK

Kemajuan teknologi akan mempengaruhi cara beriklan produsen dalam usaha mempromosikan produknya, demikian juga pada industri periklanan harus selalu mengikuti perkembangan jaman dan teknologi. Iklan OLX di televisi selalu memiliki kreatifitas dan inovasi hampir setiap bulannya. Meningkatnya penjualan melalui iklan televisi merupakan salah satu indikator bahwa iklan televisi dengan daya tarik yang mampu secara efektif untuk meningkatkan penjualan. Penelitian ini untuk mengetahui tingkat ketertarikan mahasiswa dalam mengakses informasi dari OLX pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta Angkatan 2013. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R yang menitikberatkan pada penyebab sikap yang dapat mengubahnya, dan tergantung pada kualitas rangsang yang berkomunikasi dengan organisme, karakteristik dari komunikator (sumber) menentukan keberhasilan tentang perubahan sikap. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta Angkatan 2013 dengan jumlah sampel sebanyak 78 orang. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan Iklan OLX memiliki daya tarik iklan OLX yang tinggi dan daya tarik tertinggi adalah daya tarik nilai positif. Daya tarik positif/rasional iklan OLX versi *upgrade* motor cenderung bersifat informative. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa iklan OLX versi *upgrade* motor dapat meyakinkan konsumen bahwa OLX memiliki manfaat khusus yang memuaskan konsumen.

Kata kunci : Ketertarikan, Mengakses Informasi

**STUDENT INTEREST IN ACCESSING INFORMATION FROM OLX,
VERSION OF INTEREST STUDENTS HOW TO ACCESS SPARE PART
INFORMATION IN OLX (Studies in Student of Communication Studies
Faculty of Social and Political Studies of the National Development University
"Veteran" Yogyakarta Force 2013)**

ABSTRACT

Technology advances will influence the way advertising producers in their efforts to promote their products, as well as in the advertising industry should always follow the changing times and technology. OLX ads on television always have the creativity and innovation almost every month. Increased sales through television advertising is one indicator that television advertising by the appeal that is able effectively to increase sales. This study was to determine the level of student interest in accessing the information from the students of Communication Studies OLX UPN "Veteran" Yogyakarta Force 2013. The theory used in this research is the theory of SOR focuses on the causes of attitude can change, and depending on the quality of stimuli that communicate with organisms, the characteristics of the communicator (source) to determine the success of the change in attitude. This research method using qualitative methods. The population in this study were students UPN "Veteran" Yogyakarta Force in 2013 with a total sample of 78 people. Methods of data collection using questionnaires and documentation. The results showed Ad OLX OLX advertising appeal were high and the highest appeal is the appeal of a positive value. The appeal of positive / rational OLX ads upgraded version motors tend to be informative. These results can be concluded that the ad OLX upgraded version of the motor can convince consumers that OLX has specific benefits that satisfy consumers.

Keywords: Interest, Access Information